



Boire et déboires dans le négoce languedocien. Vie et mort d'une élite viti-vinicole (1900-1980)

Stéphane Le Bras

► To cite this version:

Stéphane Le Bras. Boire et déboires dans le négoce languedocien. Vie et mort d'une élite viti-vinicole (1900-1980). Presses universitaires de Rennes. SARRAZIN F., Les élites agricoles et rurales. Concurrences et complémentarité des projets, p. 131-149, 2014. hal-01325312

HAL Id: hal-01325312

<https://hal.science/hal-01325312>

Submitted on 4 Jun 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Boire et déboires dans le négoce languedocien

Vie et mort d'une élite vitivinicole

1900-1980

Stéphane Le Bras

Le XX^e siècle marque pour le Languedoc viticole une période de rebondissements, de troubles et de profondes mutations. Alors que les effets de la crise phylloxérique se font encore ressentir au tournant du siècle, le monde viti-vinicole cherche à retrouver l'extension maximale qui fut la sienne dans les années 1860-70, tant en terme de production que de superficie.

Au tournant du XX^e siècle, les plaines méridionales se couvrent alors, une fois l'épidémie enrayée, de nouveaux cépages qui font entrer de plain pied la région dans une viticulture industrielle et hyper-productive. Carignan et aramon – les deux cépages phares de la reconstitution – ou les cépages hybrides engagent les producteurs locaux dans une course à la productivité sans fin. C'est la victoire d'une « viticulture de masse » qui engage la région dans une production à outrance¹. Dans le même temps, le marché se trouve encombré de vins dits « artificiels » qui ont permis de répondre à une demande soutenue les décennies précédentes alors que les rendements étaient au plus bas².

Ainsi, au début du siècle, le marché est largement perturbé par la présence de vins fraudés, de vins artificiels et par l'irruption de vins issus de ces nouveaux crus à haute rentabilité. Le Languedoc s'engage alors dans un cycle de crises de mévente dont il ne sortira réellement qu'à la fin des années 1970 quand est mise en place une politique qualitative à l'initiative de la CEE (notamment à travers une politique de primes d'arrachage et de replantation avec des cépages qualitatifs). Entre-temps, l'action combinée des syndicats³, de l'État⁴ et de la conjoncture⁵ a profondément modifié le visage de la viticulture languedocienne qui cherche à écouler la production des quatre plus gros départements producteurs de

¹ GALTIER G., *Le vignoble du Languedoc méditerranéen et du Roussillon, étude comparative d'un vignoble de masse*, Montpellier, 1960, 3 vol.

² Sur ce point et pour replacer cette étude dans son contexte viticole, voir la remarquable synthèse de GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc viticole, la Méditerranée et l'Europe au siècle dernier (XX^e)*, Montpellier, UPV, 2006, p.42-122.

³ MARTIN J.-P., « Viticulture en Languedoc : une tradition syndicale en mouvement », *Pôle Sud*, n°9, 1998, p. 71-87.

⁴ BAGNOL J.-M. *Le Midi viticole au parlement : Edouard Barthe et les députés du vin de l'Hérault (années 1920-1930)*, Montpellier, PULM, 2011.

⁵ ISNARD H., *La viticulture algérienne, colonisation et décolonisation*, Méditerranée, 1975, Volume 23, Numéro 23, pp. 3-10.

métropole (Aude, Gard, Hérault et Pyrénées-Orientales) sur un marché des vins particulièrement heurté.

Sensible aux aléas de la conjoncture macro-économique, aux variations climatiques, aux évolutions de la législation, aux rapports de force concurrentiels qui s'y construisent, le marché des vins de consommation courante connaît, entre 1900 et 1980, une dynamique particulièrement irrégulière, alternant les courtes phases de rapide prospérité auxquelles s'enchaînent des périodes plus longues de récessions⁶. Dans ces conditions, l'écoulement et la gestion des stocks est une problématique centrale pour la survie économique d'une région dont l'économie est quasi-exclusivement liée à la viticulture⁷.

Dans ce contexte de crises permanentes, le négoce languedocien – ou le « Commerce » comme on le dénomme dans la région sous une acception globalisante – s'emploie à limiter les effets désastreux d'une situation qu'il ne peut que subir. Personnage central et majeur de la société viti-vinicole, le négociant est l'intermédiaire entre le monde de la production et du commerce au détail. Rouage nécessaire et essentiel à l'écoulement des stocks, il assume, par sa position pivotale, un rôle crucial sur les marchés. En cette période de troubles, son effort de domination du marché des vins en Languedoc est d'autant plus perceptible qu'il cherche à limiter au maximum les brusques irrégularités, à s'affirmer face à des producteurs de mieux en mieux organisés et à assurer à la fois la structuration mais également la fluidité du marché. Son implication sociétale est elle-aussi marquée par l'inscription dans la société viticole languedocienne.

C'est ainsi que, durant ces quelques décennies, alors que l'économie viticole est touchée par de nombreux soubresauts, le négoce affirme sa tentation hégémonique par la puissance de sa corporation, l'imposition de pratiques normatives et le contrôle rigoureux du marché des vins. Pourtant, au sortir de la Seconde Guerre mondiale, la dynamique s'inverse et le négoce perd la position dominante qu'il occupait. C'est cette trajectoire, étudiée en partie selon l'approche programmatique définie par William Genieys⁸, que cette communication se

⁶ LACHIVER M., 1988. *Vins, vignes, vigneron*, « chap. VIII : De crise en crise », Paris, Fayard, p.461-506.

⁷ DUGRAND R., *Villes et campagnes en Bas-Languedoc*, Paris, PUF, 1963, p. 167.

⁸ GENIEYS W. et HASSENTEUFEL P., « Qui gouverne les politiques publiques ? », *Gouvernement et action publique*, 2/2012 (n° 2), p. 89-115. Cette méthode programmatique permet de combiner les différentes méthodes de la sociologie des élites (réputationnelles, positionnelles, décisionnelles) notamment dans le domaine de l'action publique. Nous nous en sommes largement inspirés afin de mesurer la présence des négociants dans les processus de décision, mais également dans une logique d'appropriation territoriale (le terme territoire étant ici pris dans le sens le plus large possible : territoire physique, sociétal, économique).

propose de présenter, à travers les stratégies mises en place et leur résultats mais également à travers les difficultés et les obstacles qui expliquent sa quasi-disparition dans les années 1970.

Le négoce conquérant (1900-1945)

Le premier XX^e siècle correspond pour le négoce méridional à une période de prospérité. Outre le développement de la puissance syndicale et corporatiste, les négociants accaparent à la fois l'espace économique languedocien et l'espace social. En véritable élite du monde viti-vinicole, ils visent à une certaine hégémonie qui passe par des stratégies de conquête et d'occupation des espaces territorial, économique et social languedociens.

Le contrôle de la filière

Le premier objectif du négoce régional est de maîtriser les instruments de contrôle des ressorts économiques. Dans une logique hégémonique, les négociants se lancent dans la conquête de poste prestigieux mais également fondamentaux pour l'orientation économique du secteur vitivinicole régional.

Tout d'abord, ce sont les chambres de commerce qui sont la cible du négoce local. Dans toute la France, les syndicats patronaux ont la mainmise sur les chambres de commerce, avec notamment un pouvoir qui s'est accru après la loi de 1898⁹ et le Midi viticole ne fait pas exception. Philippe Lacombrade a montré que, pour la période 1870-1939, près de 18 % des membres des chambres de commerce languedociennes sont des négociants en vin¹⁰. À Montpellier et à Sète, les négociants sont majoritaires et les chiffres dépassent les 25 %¹¹, preuve d'une monopolisation du pouvoir de décision par un négoce qui s'approprie le pouvoir et le territoire politico-économique.

À Béziers, cœur viticole de la région, la présidence de la Chambre de commerce (CCB) est assurée par un industriel proche des milieux commerciaux, Achille Gaillard¹², entre 1912 et 1934. En 1939, c'est un négociant, Paul Granaud, qui lui succède jusqu'en 1939. À

⁹ CHATRIOT A. et LEMERCIER C., « Les corps intermédiaires » in DUCLERT V. et PROCHASSON C., *Dictionnaire critique de la République*, 2002, p. 691-698.

¹⁰ LACOMBRADÉ P., « Les Chambres de Commerce du Languedoc face à la question viticole sous la Troisième République » in *Vin et République (1907-2007), Actes du colloque*, L'Harmattan, 2010, p. 114.

¹¹ *Ibid.*, p.115.

¹² Il ouvre à la fin des années 1900 à Béziers des magasins généraux qui sont spécialisés dans le stockage, le transport et la commercialisation des vins. Voir *Archives de l'Hérault* [ADH désormais] : 8 M 15 : Magasins généraux de vins et entrepôts d'alcool et eaux de vie, 1904-1926.

Sète, c'est Jean Prats, de la puissante maison « Cazalis & Prats », qui assure la fonction pendant plus de 25 ans, entre 1908 et 1933. Ce même Prats, qui devient président du Syndicat national du vin en 1925, est nommé en 1931 président de la toute récente X^e Région économique, poste auquel lui succède en 1935, Gustave Malet, lui-même président de la Chambre de commerce de Montpellier de 1935 à 1956. À Carcassonne, Emile Génie, président du Syndicat des vins de la ville est en même temps juge puis président du Tribunal de commerce et membre de la Commission Interministérielle de la Viticulture. Dans l'Aude, Antoine Pradal succède dans les années 1920 à Pierre Cassan à la tête du puissant Syndicat de Lézignan-Corbières puis de la Chambre de commerce de Narbonne¹³. À travers ces parcours personnels se révèle la volonté du négoce régional de cadenasser l'accès aux postes pouvant influencer sur l'avenir de la filière viti-vinicole et en conséquence sur l'économie régionale, profondément dépendante de la vigne et de son commerce.

Le marché des vins est également un cadre économique dans lequel de très nombreux contentieux voient le jour. Ainsi, les procès sont légion entre négociants, vignerons, courtiers, prestataires de services (comme les représentants ou les compagnies de chemins de fer). Afin de s'assurer la défense (au sens propre comme au sens figuré) de leurs intérêts, les négociants tentent également d'obtenir des postes à responsabilité dans les instances juridictionnelles. C'est le cas dans les années 1920 avec G. Malet à Montpellier qui est premier juge du Tribunal de commerce de Montpellier de 1921 à 1931. En 1923 à Montpellier, le président du Tribunal de commerce de Montpellier est un négociant (Eugène Leenhardt) et cinq juges sur dix le sont également. À Agde, le chiffre s'élève à deux sur trois tandis qu'à Béziers, la « Capitale du vin », le président est un ancien négociant et quatre juges sur sept sont des négociants. À Sète enfin, le président et cinq juges sur huit sont des négociants¹⁴. C'est ici une tendance qui se retrouve sur l'ensemble de la période.

Dans une logique de contrôle du marché, les syndicats¹⁵ visent à standardiser et normaliser les pratiques. Cela concerne les transactions elles-mêmes par le biais de

¹³ Ces informations sont tirées essentiellement des articles parus dans *l'Action Méridionale* entre 1924 et 1939 (ADH : PAR 502).

¹⁴ ADH : PAR 1600, *Annuaire de l'Hérault*, 1923.

¹⁵ Qui se sont regroupés en 1900 dans le puissant Syndicat Régional. Voir Archives Municipales de Montpellier, NC, *Syndicat des vins de Montpellier*, Procès-verbal de la réunion du 23/10/1900.

l'élaboration de contrats-types (qui ne seront toutefois jamais adoptés¹⁶) mais également les marchandises elles-mêmes.

Ainsi, l'effort syndical visant à une standardisation des critères qualitatifs est également important. Dès 1907, les négociants par la voix de leurs syndicats ou des chambres de commerce insistent sur l'orientation qualitative que doit prendre le marché des vins. Ainsi, à la CCB, la séance du 3 juin 1907, présidée par François Guy qui est d'une des plus grandes familles commerçantes de la ville, énumère les solutions à la crise viticole qui touche la région. Toutes sont liées à l'assainissement de la filière par la lutte plus efficace contre mouillage, sucrage, vins de synthèse¹⁷. D'ailleurs en 1911, lors du congrès annuel, Roussel-Lacombe, alors secrétaire général du Syndicat régional, se félicite de la création du service de la répression des fraudes en 1907¹⁸.

Dans les années 1920 et 1930, l'argument qualitatif est toujours au centre du débat et la notion de qualité est sans cesse, à partir de la fin des années 1920, au cœur des revendications du commerce. C'est un pas crucial et une prise de conscience majeure vers la conceptualisation d'une filière de qualité dont les négociants seraient les champions¹⁹. Surtout, toutes ces mesures sont en grande partie reprises dans les auditions lors de la visite de la Commission Barthe²⁰ et elles apparaissent majoritairement dans les lois qui définissent à partir de 1931 le Statut viticole²¹. Les négociants en deviennent d'ailleurs les premiers défenseurs comme le prouvent les nombreux procès-verbaux des séances de la Commission des vins de la CCB qui réclame un meilleur contrôle de l'exécution des contingentements et la répression des entorses au statut de 1931²². C'est là la preuve, s'il était besoin de le souligner, de la dimension indéniable qu'a pris le négoce des vins, à la fois en amont et en aval des prises de décisions législatives ou administratives.

Présence spatiale, présence sociétale

Dans cette première moitié du XX^e siècle, les négociants ont un ancrage territorial particulièrement notable dans l'ensemble de la région, tant dans les campagnes que dans les

¹⁶ Au contraire d'autres régions comme l'Algérie.

¹⁷ PV séance du 3 juin 1907, Chambre de Commerce de Béziers.

¹⁸ *BM*, mai 1911.

¹⁹ *AM*, n° 19, « Nos bons vins », 15/08/25. C'est également une thématique souvent reprise lors du Congrès annuel de la Fédération – voir l'*Action Méridionale* pour les comptes-rendus (par ex, le n° 140 de mai 1931).

²⁰ Archives de l'Assemblée Nationale, *Rapport fait au nom de la Commission des boissons chargée de procéder à une enquête sur la situation de la viticulture de France et d'Algérie*, Paris, 1930-31, Tome I.

²¹ Sur ce sujet, voir BAGNOL J.-M., *op. cit.*, 2011.

²² ADH : 8 M 231, *Chambre de Commerce de Béziers*, Commissions des Vins, Délibérations sur la crise viticole, 1932-1933.

villes. L'étude de l'*Annuaire de l'Hérault*, premier département producteur national nous permet de déceler cette emprise territoriale et son évolution.

Ainsi, si l'on prend l'arrondissement de Béziers en 1925²³, le commerce des vins est présent par le biais des courtiers, des négociants-forfaitaires et des négociants-commissionnaires. En 1925, il y a dans cet arrondissement, 76 villages de 2000 habitants ou moins²⁴. Dans ces 76 villages, on retrouve 146 courtiers, 43 négociants-forfaitaires, 15 commissionnaires et 19 courtiers-commissionnaires. Si l'on monte dans la hiérarchie villageoise, on retrouve dans les gros villages que sont Cazouls-les-Béziers (3830 habitants) : 4 négociants, 5 courtiers ; Florensac (3600 hab.) : 4 négociants, 8 courtiers ; Montagnac (3770 hab.) : 4 négociants, 6 courtiers ; Sérignan (3680 hab.) : 5 négociants, 6 courtiers. Certains villages ne disposent d'aucun courtier ou négociant mais ils sont très proches, et donc sous le rayonnement commercial direct, des villes ou villages voisins comme Cers à côté de Béziers ou Roquessels dans le canton de Roujan²⁵. Le commerce est donc bien présent dans les villages.

Dans les villes, la présence du négoce est tout aussi massive. Ainsi, toujours en 1925 dans l'Hérault²⁶, la ville de Béziers compte 162 courtiers, 148 commissionnaires et 105 négociants. À Sète, le « port du vin », on recense 91 maisons de commerce. Enfin, à Montpellier, la capitale de la région, on dénombre 123 négociants, 74 commissionnaires et 72 courtiers. Dans les centres secondaires que sont Frontignan, Lunel ou Pézenas, les chiffres agglomérés atteignent respectivement 94, 37 et 32 unités²⁷. De plus, dans les centres urbains, les maisons de commerce tendent à se concentrer dans des lieux bien spécifiques, engendrant ainsi une véritable emprise spatiale. À Béziers, les maisons de commerce se situent sur les allées Paul-Riquet où se tient le marché aux vins ou dans les rues, boulevards et avenues adjacentes qui descendent jusqu'à la gare. Ainsi, les maisons les plus renommées se situent avenue du Président Wilson, boulevard de Verdun ou boulevard de la Liberté. Le cœur de la ville, dans un rayon de 500 mètres au sud des allées Pau-Riquet est de fait colonisé par les maisons de commerce. À Montpellier, la concentration est moins marquée, très certainement en raison d'un éventail commercial plus développé et à l'attention des autorités de ne pas favoriser une profession plutôt qu'une autre. Elles se retrouvent le plus souvent proches de la

²³ ADH : PAR 1600, *Annuaire de l'Hérault*, 1925.

²⁴ ADH : PAR 1600, *Annuaire 1925*.

²⁵ Village de 2000 habitants dans lequel on retrouve 4 négociants-forfaitaires et 3 commissionnaires.

²⁶ ADH : PAR 1600, *Annuaire 1925*.

²⁷ Soit à Frontignan : 14 courtiers, 1 commissionnaire, 79 négociants ; à Lunel : 14 courtiers, 14 commissionnaires, 9 négociants ; à Pézenas : 16 courtiers, 5 commissionnaires, 11 négociants.

gare du Rondelet qui est la gare d'expédition des marchandises (rue de Bercy, rue de Saint-Denis, rue Durand, cours Gambetta), près de la place de la Comédie où se tient le marché (rue de l'Aiguillerie par exemple) ou bien sur les grands axes de sortie de la ville (avenue de Toulouse, route de Palavas, avenue de Lodève). À Sète, on les trouve surtout le long des quais où appareillent les voiliers puis les vapeurs (quais de Bosc, Aspirant Herbert, Vauban, de la Bordigue) ou sur la principale route sortant de la ville, la route de Montpellier. Dans les plus petits centres, on les retrouve essentiellement sur les grands axes des villes ou proche des canaux, comme à Pézenas (route de Béziers, canal du Midi). À Frontignan, elles se situent le long de l'axe principal traversant la ville de Sète à Montpellier, comme la maison « Les fils d'E. Ricard » ou proche des voies fluviales comme « Périer-Botta » dont le nom est écrit en lettres majuscules sur les toits des chais²⁸.

Au demeurant, au même titre que dans d'autres industries étudiées par ailleurs²⁹, il existe un phénomène de polarisation dans l'espace languedocien. Les villes et les bourgs tendent à concentrer l'appareil commercial. De ces pôles commerciaux, les maisons de commerce rayonnent sur une distance plus ou moins étendue. Ce phénomène tend à s'amplifier au fil du siècle. Moins marqué dans les années 1900-1910, il est particulièrement sensible dans les années 1930, dans une logique de contraction du tissu commercial régional.

En effet, cette présence connaît toutefois une évolution notable sur la période. En effet, dans les villes, si au début du siècle³⁰, on compte 141 maisons de négoce à Béziers, ce chiffre se situe autour de 110 en 1938³¹, preuve, déjà en ce premier XX^e siècle, d'un relatif affaiblissement. À Sète, la tendance est la même, le chiffre passant de 136 à 84. À Montpellier, la baisse est encore plus significative, le chiffre chutant drastiquement de 180 à 93. L'ensemble de la profession est touchée par la crise viticole et la crise mondiale qui réduisent le tissu commercial local. Depuis la fin des années 1920, les cours sont en chute, s'inscrivant dans une tendance à la baisse persistante et permanente. C'est là une grande nouveauté pour une région qui était jusque là habituée aux crises cycliques, ponctuées de phase de prospérité³².

²⁸ VALETTE J., *Frontignan, un siècle d'histoire par la photographie*, Aldacom, Béziers, 2007.

²⁹ BELUZE J.-F., « Paysans et tisseurs au village : l'exemple de Coutouvre au XIX^e siècle », dans GARRIER G. [dir.], *Villages – Cahiers d'histoire*, tome 32, n°3-4, 1987, pp.381-403.

³⁰ ADH : PAR 1600, *Annuaire 1902*.

³¹ ADH : PAR 1600, *Annuaire 1938*.

³² Archives de la Banque de France [ABDF désormais] : *Rapport d'inspection de la succursale*, Montpellier, 1900-1939.

Cette modification quantitative se double d'une mutation structurelle et qualitative avec le fort développement des négociants-commissionnaires qui remplacent les forfaitaires de manière assez marquée³³. Il est clair qu'en cette période d'incertitudes, le commerce à la commission, qui demande moins de surface financière et de moyens, est moins risqué que le commerce au forfait. Néanmoins, dans certaines places, l'évolution est très nettement positive, comme à Frontignan (on passe de 30 maisons à 87 sur la période), à Clermont-l'Hérault (12 à 21) ou à Saint-Chinian (2 à 7). Ce sont là des exemples significatifs et révélateurs car il s'agit de territoires qui ont développé très tôt une politique de qualité et de rayonnement commercial autour d'une réputation positive qui contraste avec l'image des vins du Midi à l'époque. À Frontignan, les Vins doux naturels et le Muscat (reconnu comme AOC dès 1935) participent à la réputation commerciale de la ville. À Clermont, ce sont les vins blancs venant de l'arrière pays héraultais et à Saint-Chinian, des rouges de consommation courante mais recherchés pour leurs qualités gustatives³⁴ qui permettent de développer l'appareil commercial local.

Dans les campagnes, les situations sont contrastées. Ainsi, à Magalas, dans les années 1920, le nombre de négociants augmente mais dans d'autres régions, c'est le contraire. Ainsi, à Poussan, le nombre de négociants passe de 6 à 2 alors qu'à Saint-Pons-de-Monchiens, le seul négociant présent au début du siècle, disparaît dans les années 1920. Dans ces villages, le commerce est dorénavant représenté par les courtiers dont les chiffres restent relativement stables et qui travaillent pour les maisons de commerce des villes ou des grandes bourgades toutes proches. On retrouve là un phénomène de polarisation-rayonnement urbain déjà connu dans d'autres cas³⁵.

Cette présence dans l'espace languedocien se double d'une honorabilité et d'un désir de se démarquer qui se matérialise dans le patrimoine, l'apparence des négociants et leur style de vie, typiquement bourgeois. Les négociants sont des propriétaires, dont le patrimoine est largement supérieur à la moyenne d'une région relativement pauvre. Pouvant atteindre 12 M de F au début du siècle et 100 M de F dans les années 1940³⁶, ce patrimoine mobilier et immobilier offre aux négociants une vie plus confortable que la moyenne. Cela est perceptible

³³ Ainsi à Béziers, en 1902, il y a 7% de commissionnaires ; 47 % en 1929 ; 52 % en 1938.

³⁴ ADH : 6 U 2/746 : *Faillite Augé*, correspondance 1929. Le négociant vante dans une de ses lettres les qualités des vins de Saint-Chinian, « appréciés dans toute la France ».

³⁵ DEWERPE A., *L'industrie aux champs. Essai sur la proto-industrialisation en Italie du Nord (1800-1880)*, Ecole française de Rome, 1985.

³⁶ La famille Bühler à Béziers pour les premiers, la famille Prats à Sète pour les seconds.

dans leur style de vie. Marqueur social, le costume est de rigueur bien souvent, surtout pour aller visiter les clients et les fournisseurs. La maison est moderne, équipée des commodités les plus récentes comme le téléphone et les déplacements se font dans des automobiles modernes³⁷. L'éducation des enfants est soignée³⁸ et les loisirs raffinés³⁹. Le négociant dispose souvent d'une résidence secondaire comme à Sète où la plupart des maisons qui ceignent le bas du Mont Saint-Clair appartiennent aux négociants. Dans l'île singulière, la famille Cazalis par exemple vit une partie de l'année dans une luxueuse villa que l'on appelle la « villa Stella » et qui rappelle les folies du XIX^e siècle. Enfin, les négociants cherchent, dans une démarche de reconnaissance de leur notabilité, à s'investir dans des institutions locales comme G. Malet qui participe à la Commission départementale du Travail de l'Hérault et à l'Association méridionale de Cautionnement mutuel dont il est le président⁴⁰. Certains entrent dans l'administration de la Banque de France comme Eugène Leenhardt qui est censeur de la succursale de Montpellier de 1914 à 1935⁴¹. G. Malet, en 1937, est nommé président du « Comité Languedoc Méditerranée » qui représente la région à l'Exposition internationale de 1937. À Sète, Jules Falguereittes fonde le club de football de la ville et s'implique activement dans le comité du Languedoc de l'USFSA (Union des sociétés françaises de sports athlétiques). Possesseur d'un Yacht, il participe également à des régates internationales⁴².

Mais ce positionnement et cet enracinement dans une société languedocienne profondément dépendante de la viticulture sont mis en cause au sortir de la Seconde Guerre mondiale, marquant une rupture nette avec la période précédente.

³⁷ ADH : 6 U 2, *Faillite Augé* ou VALETTE J., *Frontignan, Clichés d'une petite ville*, Aldacom, Béziers, 2009

³⁸ Entrevue avec Hugues Jeanjean, avril 2011.

³⁹ LACOMBRADÉ P., « Le tennis, du jeu mondain au phénomène de société » in « Cent ans de sport dans l'Hérault », *Etudes Héraultaises*, numéro spécial, 2010, p. 167-177 ou MASSABIAU F., « Petite histoire du théâtre de la Grand-Rue », *Bulletin de la société d'études scientifiques de Sète et sa région*, XVI à XVIII, Sète, 1991, p. 77-89.

⁴⁰ *Le Petit Méridional*, 5 mai 1931.

⁴¹ ADH : *Annuaire Hérault*, 1914-1935.

⁴² GUIRAUD C. et LAURANS G., « Sète et l'organisation du sport moderne en Languedoc », *Bulletin de la société d'études scientifiques de Sète et sa région*, XXIX à XXXIII, Sète, 2008, p. 131-151

L'impossible résistance (1945-1980)

Après avoir survécu aux aléas et aux turpitudes du premier XX^e siècle, le négoce languedocien doit faire face à de multiples défis au sortir de la seconde guerre mondiale. L'ampleur et la multiplication de ces challenges se doublent d'un obstacle majeur : la profonde mutation de la société et de l'économie françaises en général et languedociennes en particulier. Face à de tels bouleversements et aux assauts de la concurrence, le négoce languedocien connaît un inexorable déclin.

L'effacement (1945-1970)

Face à ces nombreuses difficultés, le négoce régional tend petit-à-petit à disparaître du paysage viti-vinicole languedocien.

Numériquement, le nombre de négociants connaît une chute très marquée. Ainsi, dans l'Hérault, si l'on prend en considération les quatre grands pôles commerciaux (Béziers, Montpellier, Sète et Frontignan), la diminution du nombre de négociants est constante. On passe ainsi pour les quatre villes d'un total de 403 maisons de négoce à 184 entre 1938 et 1969 soit une chute de près de 55 %. Bien évidemment, la temporalité et la teneur de cette chute est différente selon les villes. À Béziers, à Sète et à Frontignan, le négoce local résiste plutôt bien à la Seconde Guerre mondiale avec respectivement des pertes de 15 %, 12 % et 3 %. À Montpellier au contraire, la chute est de plus de 40 %. Les causes sont multiples pour expliquer cette situation mais l'état stationnaire et résistant des trois premières peut s'expliquer par la spécialisation des pôles sétois (apéritifs, vins de liqueurs) et frontignanais (Muscat, vins fins) tandis que Béziers et Sète bénéficient de la destruction des infrastructures portuaires du nord de la France pour voir à nouveau transiter massivement par le Midi les vins algériens qui participent activement au marché régional⁴³. La forte chute numérique de Montpellier se place dans la lignée des années 1930 et d'une vaste diversification économique et commerciale de la ville. Celle-ci s'est peu-à-peu détachée de l'exclusivité viticole qui la caractérisait jusqu'aux années 1920 pour s'orienter vers les activités marchandes et administratives. Dans la décennie suivante (années 1947-1959), Béziers perd près de la moitié de ses effectifs tandis que les centres sétois et frontignanais résistent toujours autour de produits qualitatifs en dépit de pertes assez marquées (25 % à Sète et 35 % à Frontignan). La période suivante (1959-69) ne fait que confirmer cette forte tendance à la baisse pour ces deux

⁴³ ABDF : *Rapport inspection de la succursale*, Sète, 1945.

villes : 23 % à Sète et 17 % à Frontignan. Après une période de stabilisation, Montpellier connaît encore une nouvelle chute, perdant un tiers de ses effectifs. Au final, Montpellier a perdu entre 1947 et 1969 près de 60 % de ses effectifs ; Frontignan et Sète, 48 % ; Béziers, 47 %⁴⁴.

Les raisons de ce déclin sont nombreuses et souvent évoquées dans la presse spécialisée de la région⁴⁵. Essentiellement, le négoce se plaint des charges trop élevées mais on peut également mettre en avant la très faible surface financière des maisons de commerce languedociennes comme le soulignent certains rapports⁴⁶. Ce facteur est d'autant plus important que dans les années 1950, les restrictions de crédits se multiplient pour les maisons de commerce⁴⁷. En outre, le phénomène de concentration qui touche l'ensemble de l'économie française et qui avait été vigoureux dans les années 1930, s'accélère à nouveau⁴⁸. Dans les campagnes, la situation est encore plus marquée. À Poussan, il n'y a plus de négociant dès 1947 et à Magalas, il n'en reste plus qu'un à la fin des années 1960. Même les grosses bourgades au cœur de vastes bassins viticoles voient leur effectif diminuer : en vingt ans, Saint-Chinian perd un tiers de ses négociants tout comme Clermont l'Hérault tandis qu'Olonzac n'a plus de maisons de commerce à partir du début des années 1960⁴⁹. Ainsi, quel que soit le type de production ou le type de structure urbaine, le déclin est très fort.

Inévitablement, il s'accompagne d'une désagrégation du tissu commercial. Au lendemain de la guerre, les marchés aux vins de Pézenas et Olonzac ont disparu, celui de Sète disparaît dans la seconde moitié des années 1960 alors que ceux de Béziers et Montpellier ne survivent plus que difficilement⁵⁰. Comme un symbole, en 1957, la mairie de Montpellier décide de déplacer le marché pour – signe d'un basculement économique, mais également sociétal frappant – ne plus encombrer la place de la Comédie, ce qui est refusé en bloc par le monde viticole. Mais le marché est tout de même déplacé dans un « angle mort »⁵¹ de la place avant d'être transféré au Pavillon populaire de l'Esplanade en 1959 à l'écart du centre ville⁵². À Béziers, les comptes-rendus hebdomadaires soulignent la désertification du marché du

⁴⁴ *Bottin du Commerce*, années 1947 à 1969.

⁴⁵ Voir les éditoriaux de J. Valéry dans le *Midi Vinicole* [MV désormais] des années 1950.

⁴⁶ ABDF : *Rapport d'inspection divers*, années 1950 et 1960.

⁴⁷ ABDF : 1060200401, *Financement des vins*, Circulaire n°9325, « Mesures restrictives dans le crédit », 13 juin 1961.

⁴⁸ À Sète, par exemple, dans la seconde moitié des années 1920 la grande maison « J. Alby » est rachetée par la maison « Cazalis & Prats » qui prend le nom de « Vermoutherie J. Prats ».

⁴⁹ *Bottin du Commerce*, années 1947 à 1969.

⁵⁰ Voir les comptes-rendus des marchés d'André Cabrol toutes les semaines dans le MV.

⁵¹ MV, 16 février 1957.

⁵² ADH : 4 ETP 257, lettre d'U. Vergnes au maire de Montpellier, 15 janvier 1960.

vendredi où presque plus aucune transaction n'est effectuée⁵³. Les courtiers qui symbolisaient ce monde commercial dans l'ensemble de la région disparaissent eux aussi. À Béziers, ils ne sont plus que 22 en 1969 et à Montpellier, sept. À Poussan, seuls subsistent deux courtiers de campagne dans les années 1970. À Saint-Pons de Monchiens, le dernier courtier disparaît au milieu des années 1950. Symboles de la puissance des négociants, les vastes chais sont détruits dans les villes ou réaménagés. Ainsi à Sète, les chais Bisset sont transformés en salle polyvalente pour « le sport et la jeunesse » au milieu des années 1960⁵⁴ tandis que les superbes chais de Noilly-Prat disparaissent en 1974 du quai de Bosc⁵⁵.

D'un point de vue institutionnel, le négoce disparaît également de la scène vitivinicole régionale et nationale. Au niveau national, seul Ulysse Vergnes, président du syndicat de Montpellier exerce des fonctions à responsabilité, en tant que président du Syndicat national des négociants expéditeurs des vins et spiritueux de France créé en 1967. Il est également Secrétaire général du syndicat national où Fernand Clauzel fait également partie du Directoire. Jean Fraisse, ancien président de la Fédération nationale devient président du syndicat national au milieu des années 1950 et représente la région au sein de l'IVCC. Mais dans toutes ces institutions corporatistes, la majorité des places y sont monopolisées par d'autres régions (Bordelais, Bourgogne voire Centre). Les syndicats eux-mêmes perdent de leur pouvoir. *L'Action Méridionale* ne paraît plus et l'organe du commerce devient le *Midi Vinicole* qui se partage entre le commerce et la Production comme en indique le sous-titre : « Organe de la Production et du commerce des vins et des alcools ». D'ailleurs, lorsque G. Malet disparaît en 1960, seules quelques lignes reviennent sur son parcours⁵⁶ alors que dans *l'Action Méridionale* plusieurs colonnes étaient destinées aux nécrologies comme P. Cassan en 1935. En outre, alors que le négoce local réagit, par l'intermédiaire d'U. Vergnes le plus souvent, aux évolutions de la législation dans les années 1950 dans les feuilles du *Midi Vinicole*, les années 1960 se caractérisent par la disparition des prises de position corporatiste. La rubrique « La vie fédérale » qui consistait dans la relation des réunions syndicales disparaît elles-aussi au tournant des années 1960 rendant d'ailleurs difficile l'étude des syndicats du vin pour cette période. En outre, les syndicats petit à petit s'éteignent à leur tour : les syndicats de Lunel et de Mèze en 1954, le syndicat de Montpellier-rural quelques années plus tôt, tandis la

⁵³ Voir à ce sujet les correspondances au sujet des commissions de cotation : ADH : 8 M 225, 2 W 3227 ou 363 W 338.

⁵⁴ Archives de Sète : C26. E11.D21, Réaménagement des Chais Bisset, 1964-65.

⁵⁵ MACONE G., *Sète en images*, Tome IV, Alan Sutton eds., Saint Avertin, 2005, p. 70.

⁵⁶ MV, 27 juillet 1960.

plupart des autres syndicats locaux (Marseillan, Frontignan, Pézenas) s'éclipsent des archives. Le syndicat régional, quant à lui, ne devient plus qu'une chambre d'enregistrement des décisions prises lors des réunions du Bureau national ou du Congrès national comme le démontre la comparaison des réunions de la Fédération et du syndicat national, devenu Conseil national des industries et commerces en gros des vins, cidres, spiritueux, sirops, jus de fruites et boisson diverses en 1952⁵⁷. Dorénavant, tout se joue au niveau national⁵⁸ et les seuls rapports entretenus avec le Syndicat national se limitent le plus souvent à des questions techniques ou légales. Dernier symbole de la perte de leur représentativité, alors que dans les années 1930, les congrès annuels voyaient se réunir négociants et édiles locaux, régionaux ou nationaux, à partir des années 1950, ces congrès ne sont plus suivis que par une poignée de négociants. D'ailleurs, dès 1955, Augustin Dispan-Marill, secrétaire général de la Fédération méridionale, reconnaît que de nombreux adhérents se plaignent car ils ont l'impression que l'activité de la Fédération est des plus réduites⁵⁹. Il faut reconnaître qu'hormis quelques victoires (notamment le refus d'un office régulateur du vin présenté par le sénateur Gourdon dans les années 1950), la plupart des revendications du négoce méridional restent lettre morte (comme par exemple la licence départementale, l'unification des charges, la limitation du dirigisme ou la diminution des frais de transports).

L'émergence d'une concurrence redoutable

Pour contrer l'influence économique des négociants et limiter le poids des intermédiaires, les producteurs cherchent dès le début du siècle à s'organiser dans le cadre de coopération. C'est ainsi qu'en 1905 ouvre la première cave coopérative, à Maraussan dans l'Hérault, suivie par des dizaines d'autres, à cheval sur les années 1900-1910 et dans les années 1930⁶⁰. Si ces caves cherchent à vendre directement leur production, cela se fait avec de nombreuses difficultés⁶¹, en dépit des avantages fiscaux qui sont largement condamnés par les corporations du commerce, soit par le biais des Chambres de commerce soit par le biais de la presse⁶². C'est ainsi que, jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, le négoce reste un partenaire

⁵⁷ *Midi Vinicole* de 1950 à 1970. D'ailleurs, les CR des réunions du syndicat national sont au fur et à mesure de plus en plus importantes que celles du syndicat régional qui n'occupe le devant de l'actualité que lors de son congrès annuel.

⁵⁸ MV, « l'Accord FAV-CNVS », 11 septembre 1957 ou « Le bureau du CNVS continue de négocier avec les ministres », 12 mars 1958.

⁵⁹ Compte-rendu du Congrès 1955, « Rapport sur l'activité de la Fédération », Béziers, juin 1955, p. 2.

⁶⁰ GAVIGNAUD-FONTAINE (dir.), *Caves Coopératives en Languedoc-Roussillon*, Lieux Dits, Montpellier, 2010.

⁶¹ BERGE P., *Le Marché des vins du Midi*, PUF, Paris, 1927, p. 24.

⁶² Voir *l'Action Méridionale*, notamment dans les années 1930.

indispensable comme le prouvent les livres d'achats des maisons régionales⁶³. Après le conflit, le mouvement coopératif s'accélère à nouveau et cette fois-ci, les caves coopératives mettent en place des structures de vente directe bien plus efficaces qui concurrencent les négociants⁶⁴. Dorénavant, les caves vendent directement au négoce distributeur des places de consommation comme avaient tenté de le faire les précurseurs de Maraussan en ouvrant un chai à Bercy dès les années 1900. Cette situation est rendue possible par les nombreuses dispenses fiscales⁶⁵ dont disposent les caves coopératives et qui leur donnent un avantage certain face au commerce. L'action de l'État est ici primordiale car ce dernier cherche à limiter les intermédiaires qu'il considère comme « une des causes de la cherté de la vie »⁶⁶. L'État travaille à un raccourcissement des réseaux de distribution qui, à terme, passe par la disparition des grossistes. Le « circuit court, affirme un représentant de l'État avec un vocabulaire novateur⁶⁷, c'est la suppression des échelons indispensables qu'étaient le courtier, les expéditeurs, les représentants »⁶⁸. C'est dans ce contexte, qu'en mai 1964 se tiennent les Assises du commerce qui « étudient la réforme du circuit de distribution » et ont en ligne de mire les grossistes et les intermédiaires⁶⁹. Pour parachever ce mouvement de réduction des circuits de distribution, des SICA (société d'intérêt collectif agricole) sont créées. Dans l'Hérault, elles voient le jour dès 1964 dans le but de « réaliser une concentration de l'offre en accord avec des organismes commerciaux qui permettront d'assurer l'écoulement d'un volume de vin important au prix préférentiel »⁷⁰. Dorénavant, il n'est donc plus nécessaire de passer par l'intermédiaire des négociants locaux.

Cette disparition est d'autant plus réelle qu'un vaste mouvement de concentration s'est opéré dans la partie commerciale de la filière viti-vinicole. Or, contrairement à la concentration des années 1930 qui s'était essentiellement opérée au sein même du négoce régional, ce sont, cette fois-ci, de grands groupes extrarégionaux qui absorbent les maisons régionales. Face à des marges de plus en plus réduites, les maisons de commerce locales ne

⁶³ Voir ADH : 106 J, Fonds Granier [NDLR : maison de commerce « C. Granier » de Magalas].

⁶⁴ Les instances syndicales du Commerce s'en plaignent régulièrement dans des rapports ou dans des lettres à l'administration ou aux élus. Voir ADH 4 ETP 251.

⁶⁵ *Compte-rendu du Congrès de 1955*, « Rapport sur l'égalité fiscale – Sociétés coopératives agricoles », FMCGVS, p. 45-50.

⁶⁶ MV, 4 novembre 1964.

⁶⁷ Le terme de « circuit court » ne se généralise que dans les années 1980-1990. Voir les travaux de Y. Chiffolleau et D. Capt sur le sujet.

⁶⁸ MV, 4 novembre 1964.

⁶⁹ MV, 2 mai 1964.

⁷⁰ MV, 6 août 1966.

peuvent plus lutter contre les maisons extérieures qui, par leur rachat, récupèrent des circuits commerciaux, un personnel, un matériel et du savoir-faire. Petit-à-petit, les maisons disparaissent ou sont rachetées par des grands groupes nationaux comme le groupe « Pernod » qui à la fin des années 1960 détient la « Sapvin » ou la « CGVMA-Vins du Midi », qui eux-mêmes avaient racheté plusieurs maisons régionales et commercialisent, au milieu des années 1970, près de 20% de la production de vins de consommation courante⁷¹. Les seules maisons régionales qui arrivent à survivre y parviennent grâce à une ultra-spécialisation comme la maison « Cazalis & Prats » qui abandonne les vins rouges et les vins fins pour se concentrer sur les vermouths. Elles y parviennent également en élargissant, lorsque c'est possible, leur surface financière, en se modernisant et en suivant la dynamique de concentration verticale et horizontale comme la maison « Jeanjean » qui rachète des maisons voisines, des exploitations viticoles et ouvre à Montpellier dans les années 1960 un débit de boisson pour devenir, en 1973, le premier éleveur-négociant en vins du Languedoc⁷². Avec le développement des grandes maisons à succursales multiples comme « Nicolas » et les hypermarchés⁷³, le circuit de distribution échappe totalement au tournant des années 1970 au contrôle du négoce régional. Ainsi, « Nicolas », en 1975, contrôle en partie la « Société languedocienne des vins d'origine » à Clermont-l'Hérault, la « SICA des Hauts du pays d'Oc » dans l'Hérault, la « SICA du val d'Orbière » dans l'Aude et la « SICA des Vignerons catalans » dans les Pyrénées-Orientales. La Société des vins de France qui a racheté 15 % de Nicolas en 1974 et qui détient la SAPVIN et la CVMA détient pour sa part 45 % de la SICA des vins Midi-Pyrénées. Dans le même temps, des groupes étrangers prennent position sur le marché des vins comme l'anglo-saxon Seagreams qui détient, à travers ses filiales, la prestigieuse maison « Noilly-Prat ». Dans cet enchevêtrement capitaliste qui le dépasse, le négoce régional n'a plus sa destinée entre les mains comme le souligne tristement le *Midi Vinicole* en avril 1968, relayant les propos d'un négociant évoquant le « monstre commercial » qu'est la concentration d'entreprises⁷⁴.

Conclusion

Au terme de cette rapide synthèse qui retrace la trajectoire du négoce languedocien, il apparaît clairement que cette dernière épouse de manière symbiotique, bien plus que les

⁷¹ BARDISSA J., *Cent ans de guerre du vin*, Paris, Réma ed., p. 69.

⁷² JEANJEAN M., *Vigne et vin en Languedoc-Roussillon : l'histoire de la famille Jeanjean, 1850-2006*, Privat, Toulouse, 2007.

⁷³ En 1960, le CNVS s'inquiète du fort développement des centres Leclerc.

⁷⁴ MV, 27 avril 1968.

viticulteurs eux-mêmes d'ailleurs, l'évolution de la viticulture méridionale. Conquérant alors que les vins languedociens inondent les chais et les débits sur l'ensemble du territoire national, il tend à disparaître du territoire régional au moment où la viticulture ne devient plus la seule manne économique de la région.

Au-delà de cette cause structurelle manifeste, la disparition du négoce régional s'explique aussi par les faiblesses inhérentes au monde du commerce dès la première moitié du XX^e siècle. S'appuyant sur des logiques entrepreneuriales souvent dépassées (socle familial, importance des contacts personnels et de l'informel, pratiques à la limite de la légalité), les maisons qui survivent dans un contexte hyperconcurrentiel sont celles qui modernisent à la fois leur outil de production mais également leurs techniques de commercialisation.

Ainsi, alors que le visage commercial national se transforme, les négociants régionaux, qui formaient une élite économique, institutionnelle et sociale puissante jusqu'aux années 1940, s'effacent devant des grands groupes capitalistiques agressifs face auxquels ils ne peuvent résister. Seules survivent et prospèrent celles qui, dans une logique de concentration verticale et horizontale, travaillent de manière indépendante, peu soumises aux pressions de la Production et du Commerce de l'Extérieur. C'est ce modèle qui explique le succès de certaines maisons régionales à la fin du XX^e siècle comme la maison « Jeanjean » qui après son entrée en bourse dans les années 1990 est devenue, à travers la holding « Advini », l'un des plus grands groupes viticoles européens.

On est toutefois très loin de la résistance des négociants d'autres régions du territoire métropolitain comme la Champagne, le Bordelais⁷⁵ ou la Bourgogne⁷⁶. Indéniablement, dans le Midi, l'effacement et la soumission à des intérêts extérieurs ont été massifs, entraînant la disparition d'un acteur économique pourtant dominant au début du siècle.

⁷⁵ Sur les deux premiers territoires, peu d'études historiques sur l'évolution contemporaine existent. Nous pouvons toutefois citer deux ouvrages d'économistes : BARTOLI P., BOULET D., LACOMBE Ph., LAPORTE J.-P., LIFRAN R., MONTAIGNE F., *L'économie viticole française*, Paris, INRA, 1987 ou MONTAIGNE E., LAPORTE J.-P., PEREZ, V., GALEOTE X., *Les mutations du négoce des vins tranquilles en France*, Actes du Colloque « La Grande distribution alimentaire », Montpellier, mai 1997, Paris, Société française d'économie rurale, 1997. Sur la Champagne, voir DESBOIS-THIBAUT C. et PARAVICINI W., *Le champagne : Une histoire franco-allemande*, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne 2011, mais il s'arrête à la Seconde Guerre mondiale.

⁷⁶ Voir à ce sujet la très complète étude de LUCAND Ch., *Les négociants en vins de Bourgogne, itinéraires, familles, réseaux, de 1880 à nos jours*, thèse de doctorat sous la direction de Serge WOLIKOW, Université de Bourgogne, Dijon, 2007, 2 vol., 912 et 664 p.